

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen  
Makanan Cepat Saji Di Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-Gura Malang**

Oleh :  
Rasul Hamidi Rukmel\*)  
Budi Wahono\*\*\*)  
Moh.Rizal\*\*)

Email : [rasulhamidirukmel@gmail.com](mailto:rasulhamidirukmel@gmail.com)  
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

***Abstract***

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price on consumer loyalty Fast Food at Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang. The population of this study is fast food consumers at Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang in 2021. The sample used is 90 samples that meet the criteria in the research subject. The analytical method used is multiple regression equation, normality test, classical assumption test, descriptive statistical analysis and hypothesis testing. The results showed that the quality of service, price on consumer loyalty Fast Food at Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, and Consumer Loyalty.*

**Pendahuluan**

**Latar Belakang**

Pada zaman yang semakin canggih saat ini, perkembangan restoran *fastfood* sangat banyak di jumpai apalagi di Indonesia. Pola hidup dan gaya hidup masyarakat semakin meningkat seiring berkembangnya zaman. Konsumen lebih memilih menikmati makanan yang instan daripada makanan yang ribet untuk di proses atau di pesan. Bersaing dalam bisnis makanan cepat saji sangatlah ketat dan di tuntutan harus mengikuti pola perkembangan teknologi dan zaman. Saat ini untuk menjual produk makanan cepat saji para perusahaan menjual pada aplikasi online yang lebih cepat daya jual dan peminatnya daripada di jual offline pada restoran. konsumen menyukai makanan cepat saji karena penyajian yang praktis, bersih, cepat dan harga terbelang terjangkau untuk semua masyarakat.

Dalam bisnis makanan cepat saji banyak hal yang perlu di tingkatkan oleh perusahaan salah satunya adalah loyalitas konsumen. Dalam dunia bisnis sangat penting untuk meningkatkan loyalitas agar konsumen tetap setia kepada produk tersebut. Karena saat ini semakin banyak dan semakin tinggi persaingan di dunia industri. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen maka perusahaan harus memberikan imbal balik dalam bentuk kualitas pelayanan. Dalam suatu perusahaan yang mengedepankan kualitas dalam pelayanan akan meningkatkan loyalitas konsumen. Kualitas yang baik akan mempengaruhi perilaku konsumen.

Dari segi kualitas yang biasanya di lihat oleh konsumen adalah dari cara penyajiannya, menerima keluhan konsumen dan menangani pesanan konsumen. Kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Selain dari kualitas pelayanan, loyalitas juga akan berpengaruh dengan adanya harga. Harga yang dimaksud adalah harga yang terbilang cukup terjangkau untuk berbagai kalangan. Para konsumen rata-rata memilih tempat atau restoran yang memberikan harga yang terjangkau untuk di kunjungi. Dengan keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk, harga dipertimbangkan oleh pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli. Selain itu pelanggan yang setia akan melakukan pembelian kembali secara terus menerus dengan harga yang tinggi untuk kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan.

Tempat yang menyediakan makanan cepat saji seperti Lazizaa yang berada di Sigura-gura Malang adalah salah satu restoran atau rumah makan yang menyajikan makanan instan. Dengan konsep makanan cepat saji ini di harapkan akan membentuk loyalitas konsumen menjadi lebih meningkat. Konsep dari lazizaa ini memberikan pelayanan dengan secepat mungkin dan dengan harga yang aman di kantong bagi para pembeli. Pelayanan yang di berikan di lazizaa ini terbilang cukup baik karena pembeli bisa langsung memesan makanan yang di inginkannya, dan dalam beberapa menit makanan sudah dapat di hidangkan. Lazizaa juga memberikan pelayanan dengan penampilan beragam menu seperti *burger*, *hot chicken wing*, *hot chicken drum*, *pizza*, paket makmur, paket semur, dan *dessert* dengan berbagai macam varian lainnya.

Pada masa pandemi ini Lazizaa juga menerapkan layanan dengan sistem untuk menjaga jarak, mencuci tangan dan tetap mematuhi protokol kesehatan. Makanan cepat saji yang di sediakan Lazizaa ini sering di kunjungi oleh mahasiswa ketika selesai kuliah. Selain dari kualitas layanan yang baik, harga juga menjadi selera mahasiswa. Pelayanan Lazizaa dapat juga dilakukan dengan *online* dan *offline*. Lazizaa dapat dipesan konsumen melalui aplikasi *gofood* untuk mempermudah konsumen yang malas datang ke tempat atau yang ingin menikmati menu Lazizaa di rumah. Lazizaa Sigura-gura saat ini dihadapkan dengan permasalahan seperti sepi konsumen yang datang ke tempat dikarenakan konsumen yang biasanya berkunjung harus berada di rumah untuk mematuhi aturan pemerintah. Dengan kondisi yang sepi seperti ini mempengaruhi perkembangan restoran. Selain sepi pembeli yang datang ke lokasi, peminat Lazizaa yang memesan lewat *online* juga semakin menurun akibat adanya pandemi ini. Jika semakin lama mengalami seperti ini Lazizaa akan bangkrut karena tidak mendapatkan pemasukan. Target yang diharapkan Lazizaa tidak akan tercapai dengan baik. Loyalitas konsumen juga ikut mengalami penurunan. Untuk menangani permasalahan ini Lazizaa meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk kembali menarik minat konsumen agar kembali loyal dan berlangganan di Lazizaa. Peningkatan lain dilakukan dengan memberikan harga yang lebih terjangkau dengan promo-promo yang disediakan.

Berdasarkan uraian di atas dapat diperoleh gambaran bahwa kualitas pelayanan, dan harga akan menentukan loyalitas konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen umumnya lebih memilih produk yang memiliki kualitas pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau. Permasalahan yang dialami Lazizaa Sigura-gura ini, bahwa persaingan jual beli makanan cepat saji sangat luas, sehingga konsumen dihadapkan banyak pilihan untuk memilih tempat yang mampu memenuhi harapannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam hal ini Lazizaa terus berupaya menciptakan daya saing produk melalui kualitas pelayanan dan harga. Dengan fenomena tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang”**.

### **Rumusan Masalah**

- a. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan, harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang ?
- b. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang ?
- c. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang?

### **Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari harga terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.

### **Manfaat Penelitian**

Ada beberapa manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

#### **1. Bagi Penulis**

- a. Menambah pengetahuan baru bagi penulis mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
- b. Menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.

#### **2. Bagi Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang**

Sebagai sumber referensi dan juga informasi dalam pengaruh dari kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.

### 3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Prodi Manajemen

Sebagai pengetahuan baru dan juga tambahan serta pembanding dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk kedepannya.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Hasil Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian diantaranya adalah:

Fiazisyah (2018) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya.” Hasil dari penelitian adalah tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat, sedangkan kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat, dan terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat secara simultan.

Fadilah (2017) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Siap Saji KFC KM 40 Jakarta-Cikampek).” Hasil dari penelitian adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. dimana loyalitas ini cukup tinggi dengan hasil responden yang menyatakan bahwa mereka cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Rondonuwu (2016) “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada KFC Di Atrium Mega Mall Manado.” Hasil dari penelitian adalah kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KFC Atrium Mega Mall Manado dan kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada KFC Atrium Mega Mall Manado.

Sajid (2019) “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, dan Persepsi Harga Di Restoran Cepat Saji Terhadap Niat Berperilaku.” Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas makanan, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat berperilaku. Jadi, hasil penelitian ini membentuk suatu hubungan dan formasi dari variabel-variabel bebas yang bertujuan untuk meningkatkan niat berperilaku pada masyarakat yang pernah mengunjungi KFC yang berada di Yogyakarta.

Woen (2021) “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga Normal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga normal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

## **Tinjauan Teori**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2016) mendefinisikan jika kualitas dari pelayanan adalah suatu tingkatan yang di harapkan perusahaan oleh konsumen sebagai

keunggulan. Sedangkan menurut Dr. Muhammad Adama (2015:11) Kualitas pelayanan merupakan arti dari *service* (pelayanan) yang didefinisikan menjadi suatu jasa yang di hasilkan dari empat proses input, yaitu *people processing (cunsumer)*, *prossesion processing*, *mental stimulus processing and information processing*. Sebagai suatu sistem, bisnis jasa merupakan kombinasi antara *service operating system*, *service delivery system* dan *service marketing system*. Yang mana pemasaran jasa lebih menekankan pada *service delivery system* yaitu bagaimana suatu perusahaan menyampaikan jasa kepada konsumen.

Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang harus diperhatikan dalam perkembangan perusahaan. Kualitas tersebut menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan dalam mendapatkan pelanggan. Bentuk kualitas pelayanan yang diterima konsumen akan dapat terlihat oleh perusahaan dari bagaimana konsumen memberikan respon seperti bentuk setianya pada perusahaan ini.

### **Harga**

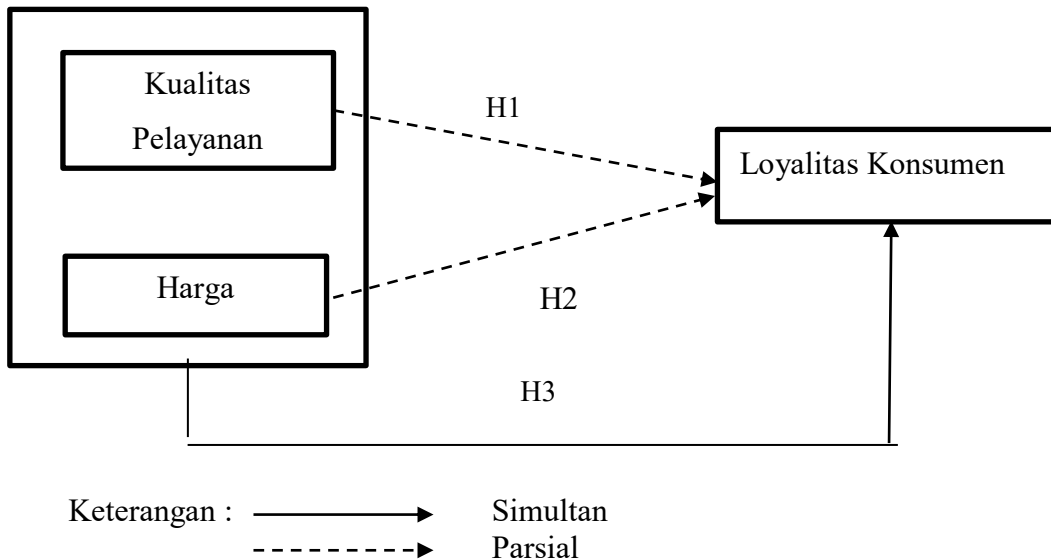
Menurut Assauri (2015 : 352) harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi sesuatu Sesuatu itu dapat berupa produk fisik dalam berbagai tahap penyelesaian, dengan atau tanpa pelayanan dukungan, dengan atau tanpa jaminan mutu, dan sebagainya, atau juga dapat berupa jasa murni. Harga memainkan bagian yang sangat penting dalam bauran pemasaran, karena penetapan harga memberikan penghasilan bagi bisnis, sedangkan elemen-elemen lainnya menimbulkan harga. Sedangkan indikator dalam harga adalah jaminan mutu, harga ekonomis, layak, dan terjangkau. Dari sini maka dapat dikatakan bahwa konsumen atau organisasi akan berselera membeli suatu barang atau jasa apabila harganya tepat atau layak bagi barang atau jasa tersebut.

### **Loyalitas Konsumen**

Loyalitas adalah sebuah bentuk kenyamanan konsumen dalam suatu produk tertentu. Menurut Tjiptono (2004 :110) pelanggan yang setia pada merek tertentu cenderung terikat pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya. Dan menurut Hurriyati (2005,:129), loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Griffin (2005 : 31) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen tampaknya adalah ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan keuangan. Berbeda dengan kepuasan yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku konsumen.

## Kerangka Konseptual

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



## Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan di uji pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Lazizaa Sigura-gura Malang.
- H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas konsumen pada Lazizaa Sigura-gura Malang.
- H3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada Lazizaa Sigura-gura Malang.

## Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau bilangan. Penelitian kuantitatif menurut Sugiono (2010 : 8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Lazizaa Sigura-Gura

selama satu bulan dengan rata-rata 900 pengunjung (sumber informasi dari owner Lazizaa Sigura-gura).

### Sampel

Teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Konsumen yang datang ke Lazizaa Sigura-gura minimal tiga kali.
- 2) Konsumen yang berusia diatas 17 tahun.

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### Hasil penelitian

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji ini untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,05$  maka asumsi normalitas terpenuhi.

**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14973971
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,042
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		,840
Asymp. Sig. (2-tailed)		,481

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh bahwa nilai sebesar  $0,481 > 0,05$  maka sesuai dasar pengambilan kesimpulan bahwa asumsi normalitas terpenuhi pada variabel.

#### Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,460	2,384		2,710	,008		
Kualitas Pelayanan	-,358	,127	-,255	-2,815	,006	,716	1,396
Harga	1,228	,139	,800	8,819	,000	,716	1,396



a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan nilai VIF maka Kualitas Pelayanan (X1)  $1,396 < 10,00$ , Harga (X2)  $1,396 < 10,00$ , maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

#### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,610	1,372		1,173	,244
Kualitas Pelayanan	-,031	,073	-,054	-,430	,668
Harga	,050	,080	,079	,622	,535

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan output diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai sig.  $0,668 > 0,05$ , Harga (X2) memiliki nilai sig.  $0,535 > 0,05$ , maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### Analisis Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,460	2,384		2,710	,008
Kualitas Pelayanan	-,358	,127	-,255	-2,815	,006
Harga	1,228	,139	,800	8,819	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

$$Y = 6,460 - 0,358x_1 + 1,228x_2 + e$$

#### Uji Statistik F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	391,097	2	195,549	41,363	,000 <sup>b</sup>
Residual	411,303	87	4,728		
Total	802,400	89			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen



b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

dan H1 diterima sehingga variabel kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

### Uji Statistik t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,460	2,384		2,710	,008
Kualitas Pelayanan	-,358	,127	-,255	-2,815	,006
Harga	1,228	,139	,800	8,819	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai Sig. Kualitas Pelayanan (X1) sebesar  $0,06 < 0,05$  maka H1 diterima dan H0 ditolak sehingga variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y). Nilai Sig. Harga (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka H1 diterima dan H0 ditolak sehingga variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y).

### Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,698 <sup>a</sup>	,487	,476	2,17431

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai R Square sebesar 0,487 atau 48,7% yang mendekati satu berarti variabel Kualitas pelayanan, harga, memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel loyalitas konsumen.

### Implikasi Hasil Penelitian

#### Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang di peroleh nilai sebesar 0,006. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadilah (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Siap Saji KFC KM 40 Jakarta-Cikampek). Hasil dari penelitian adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. dimana loyalitas ini cukup tinggi dengan hasil responden yang menyatakan bahwa mereka cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

**Harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.**

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang yang di peroleh nilai sebesar 0,000. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fiazisyah (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. Hasil dari penelitian adalah kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat.

**Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen.**

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang yang di peroleh nilai sebesar 0,000. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fiazisyah (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. Hasil dari penelitian adalah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat secara simultan.

**Simpulan Dan Saran****Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
2. Harga berpengaruh secara langsung terhadap terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
3. Kualitas Pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.

**Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga.
2. Penelitian ini terbatas hanya mengambil responden pada Konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang

### Saran

Beberapa saran dari hasil penelitian ini antara lain, adalah:

1. Bagi Perusahaan  
Perusahaan tetap mempertahankan dan meningkatkan Kualitas pelayanan dan harga kepada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk:
  - a. Menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan harga untuk memperkuat hasil analisis penelitian.
  - b. Menambah jumlah responden pada penelitian selanjutnya.

### Daftar Pustaka

- Adam , M. (2015). *Manajemen Pemasaran jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fadilah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada restoran siap saji KFC KM 40 Jakarta-Cikampek). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa*.
- Fiazisyah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji KFC Basuko rahmat Surabaya. *e-Journal Boga*, VOL.7 No. 2.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rondonuwu, C. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada KFC Atrium Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 771-781.
- Sajid, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, kualitas makanan, dan persepsi Harga di restoran cepat saji terhadap niat berperilaku. *Jurnal Universitas Islam indonesia*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama* . Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, f. (2016). *Service, Quality & Statisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Woen, N., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promsi dan Harga Normal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur*, 146-163.

Rasul Hamidi Rukmel\*) Adalah Alumni FEB Unisma  
Budi Wahono \*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma  
Moh.Rizal \*\*\*) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma  
website : [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id) (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

---